

L'étonnant succès de la radio à la télévision

TENDANCE Pour la RTBF, le futur de la radio passe par l'image

- ▶ Le succès de la nouvelle matinale de La Une avec « Le 6/8 » et Benjamin Maréchal conforte la nouvelle stratégie de la RTBF.
- ▶ Le chercheur Frédéric Antoine décrypte ce phénomène et demande des améliorations.

Bonjour, il est 6 heures. Bienvenue dans le «6/8». Depuis le 31 août, une (petite) partie des Belges a pris l'habitude de se réveiller en compagnie de Sara de Paduwa sur La Une. On y parle des routes (beaucoup) via du «téléguidage» qui forme le fil rouge de l'émission. Des chroniques et des rediffusions d'extraits du JT remplissent les minutes qui séparent d'un nouveau point inforoute. Environ 20.000 téléspectateurs y trouvent leur compte. Deux fois plus que quand les images du studio de «Matin Première» étaient retransmises sur la chaîne.

Le «6/8» permet à la RTBF de piquer des parts de marché à RTL, leader historique de la tranche matinale. La chaîne privée était en effet pionnière. Elle a placé des caméras dans le studio de Bel RTL depuis 1996. Depuis, la RTBF a rattrapé son retard et

propose chaque matin cinq heures d'émissions hybrides mélangeant la télévision et la radio. Et ça marche. Dans la foulée du «6/8», le «8/9» de Benjamin Maréchal et «C'est vous qui le dites», qui sont diffusés simultanément sur Vivacité, dominent les matinées télévisuelles avec 20 % de parts de marché. Clairement, le pari d'instaurer une nouvelle habitude chez les Belges qui ont l'occasion de regarder la télévision le matin, est une réussite.

Un succès qui intéresse même hors de nos frontières. La nouvelle présidente de France Télévision, Delphine Ernotte, s'est offerte, il y a quelques jours, une petite visite dans le nouveau studio «médias» de la RTBF, où sont tournées ces trois émissions. Elle consulte chez nous en vue de la création d'une chaîne d'information en continu pour France Télévisions. «Incontestablement, le bilan est positif», sourit Francis Goffin. Le directeur des radios de la RTBF est à l'origine du projet, lui-même inspiré d'une chaîne d'info en continu : BFM Business. «C'est une belle fenêtre qui a rencontré l'intérêt du public. Il y a encore des choses à améliorer, mais c'est normal puisque cela relève de l'expérimentation.»

L'enthousiasme du service public n'est cependant pas complètement partagé par Frédéric Antoine, président du Groupe de recherches et d'études sur la radio (Grer), qui détaille son scepticisme dans l'entretien à lire ci-dessous. «Ils utilisent le terme de

radio filmée, mais je parlerais plutôt de télévision diminuée», résume le chercheur, tout en reconnaissant que la radio filmée est une piste intéressante pour sauver un média qui vieillit et qui n'arrive plus à attirer les jeunes générations. ■

MAXIME BIERMÉ

LA TROIS

Myriam Leroy toujours absente

C'était l'une des grandes annonces de la rentrée de La Trois : Myriam Leroy allait en être l'un des visages. Son programme «Coupé au montage», diffusé sur La Première le samedi, devait bénéficier d'une adaptation télé. Avec, notamment, des incrustations d'images permettant de revenir sur la carrière de ses invités. Deux mois plus tard, toujours rien. «Il y a des contraintes de production qui ne peuvent pas être rencontrées maintenant», dit la RTBF. En clair, il n'y a pas de budget suffisant pour présenter quelque chose de correct aux téléspectateurs. Et c'est peut-être une bonne chose pour Myriam Leroy, au regard des captations du «Grand Oral» ou de «7 éco», diffusées le dimanche soir sur La Trois. La lumière agressive et le montage pratiquement inexistant piquent aux yeux. Une occasion manquée de mettre en valeur deux bons programmes.

M.B.

ENTRETIEN**« C'est de la télévision diminuée »**

Frédéric Antoine est président du Groupe de recherches et d'études sur la radio (Grer).

Que pensez-vous de la nouvelle offre « radio-télé » de la RTBF ?

J'aimerais proposer que l'on parle de « télévision diminuée » plutôt que de « radio augmentée ». Dans « Le 6/8 », on utilise les codes de la radio dans un contexte télévisuel. C'est de la sous-télévision, et pas de la radio non plus puisque ce n'est pas possible de l'écouter dans sa voiture.

En quoi cela reste-t-il de la radio ?

Il faut reconnaître que le programme a évolué au fil des semaines. On n'a plus le studio totalement vide par moments, ce qui était typique des productions de « radio augmentée ». Ils veillent à faire « plus télé ». Mais il reste des paradoxes, comme le fait que les animateurs aient des micros devant eux comme à la radio. Lors des infos qui sont les mêmes que Vivacité (à 6 h, 7 h et 8 h, NDLR), on voit le journaliste qui lit ses nouvelles sur un papier façon vieille télévision allemande. Il n'y a pas de séquences imagées même s'ils insèrent désormais des photos d'illustration. C'est une sorte d'ovni radio-télévisuel.

Quel est finalement l'intérêt de ce type de**programme pour le téléspectateur ?**

Si l'idée est d'avoir un continuum entre la radio et la télé, l'argument est que quand on se lève, on peut avoir cette émission sur son smartphone. Puis on va dans sa cuisine, la salle de bain, etc., bref, ça accompagne le matin.

Et pour les chaînes de télé ?

L'intérêt est de permettre de consommer le média comme s'il était radiophonique, mais d'avoir un plus à travers l'image. Bizarrement, ce qui est le plus télévisuel dans le « 6/8 », c'est le téléguidage. Mais quel est l'intérêt si on est devant sa télé ? Les chaînes partent aussi du principe qu'en termes d'usage, les nouvelles générations vont délaisser le média radio. Ils entreront dans des médias plus audiovisuels via les smartphones, par exemple. La RTBF fait le pari de se demander en quoi une partie du futur de la radio ne tient pas dans sa subordination à l'image.

N'est-ce pas casser le mythe de la radio ?

Oui. On perd une partie de la magie de la radio. Normalement, tout passe par la voix, l'imaginaire travaille, on ne sait pas qui est derrière le poste. C'est souvent totalement différent de ce qu'on imagine. Or, l'arrivée de l'image normalise tout ça et casse les codes de la radio car la référence est alors celle de la télévision.

PROPOS RECUEILLIS PAR M.B.